

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdirinya sebuah organisasi atau perusahaan tidak terlepas dari pihak-pihak yang memangku kepentingan (*stakeholder*) dalam segala aspek operasional perusahaan, yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Seiring berkembangnya jaman, peran perusahaan bagi masyarakat dalam kepekaan dan kepedulian terhadap lingkungan semakin menjadi perhatian. Perusahaan dituntut untuk tidak hanya bertanggung jawab atas aspek keuangan/ekonomi saja melainkan juga dituntut untuk memenuhi tanggung jawab pada aspek sosial dan lingkungan.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat. Perusahaan dihadapkan pada kenyataan, bahwa walaupun tujuan utamanya mencari keuntungan, namun tidak dapat dilepaskan dari masyarakat. Diharapkan dengan penerapan *CSR* maka perusahaan akan dapat melangsungkan usahanya dalam jangka panjang (Gunawan dan Suhartini: 2008) dalam Ekowati dkk (2014).

Harapan tentang peran bertanggung jawab bisnis di masyarakat meningkat dan baru-baru ini penelitian tentang tanggung jawab sosial menunjukkan bahwa telah terjadi perkembangan dari berbagai instrumen yang bertujuan untuk

meningkatkan, mengevaluasi dan mengkomunikasikan praktek tanggung jawab sosial (Golob dan Bartlett, 2007) dalam Lungu *et al* (2011).

Peraturan mengenai pelaksanaan CSR di Indonesia telah tertuang dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74, yang menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, UU No. 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3, menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan, untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Aturan yang lebih tegas tentang pelaksanaan CSR di Indonesia tertuang dalam Undang-Undang nomor 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Pasal 2 sampai dengan pasal 4 menyatakan bahwa setiap perseroan selaku objek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung jawab tersebut menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan usahanya di bidang atau yang berkaitan dengan sumber daya alam yang di laksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan peseroan. Sedangkan pasal 7 Undang-Undang Nomor 47 tahun 2012 menyatakan bahwa perseroan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Walaupun di Indonesia sudah ada peraturan perundangan yang mengatur prinsip-prinsip CSR dalam lingkup hukum perusahaan, namun sangat disesalkan

hasil survey yang dilakukan oleh Suprpto pada tahun 2005 terhadap 375 perusahaan di Jakarta menunjukkan bahwa 166 atau 44,27% perusahaan menyatakan tidak melakukan kegiatan CSR dan 209 atau 55,75% perusahaan melakukan kegiatan CSR. Sedangkan bentuk kegiatan CSR yang dijalankan meliputi: kegiatan kekeluargaan (116 perusahaan), sumbangan pada lembaga agama (50 perusahaan), sumbangan pada yayasan sosial (39 perusahaan), dan pengembangan komunitas (4 perusahaan). Survey ini juga mengemukakan bahwa CSR yang dilakukan oleh perusahaan amat tergantung pada keinginan dari pihak manajemen perusahaan sendiri (<http://ditjenpp.kemenkumham.go.id>, diakses pada tanggal 9 November 2016).

Salah satu kasus di Indonesia, seperti kasus PT Silva Inhutani yang menunjukkan bahwa masih banyak perusahaan di Indonesia yang kurang memiliki kepedulian terhadap lingkungan. PT Silva Inhutani merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kelapa sawit dan produk turunannya, yang berlokasi di Kabupaten Mesuji, Provinsi Lampung, yang mulai beroperasi secara komersial pada 1981, baru baru ini terlibat dalam konflik dengan masyarakat lokal terkait dengan sengketa lahan. Selain itu, draf temuan Tim Gabungan Pencari Fakta (TGPF) menyebutkan ada tujuh pelanggaran yang dilakukan oleh PT Silva Inhutani, yang salah satunya adalah tidak melaksanakan program CSR dengan membiarkan pembuangan limbah di hutan register 45 (<http://sp.beritasatu.com>, diakses pada tanggal 19 Oktober 2016).

Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai

sarana biaya (*cost centre*) melainkan sebagai sarana meraih keuntungan (*profit centre*). Program CSR juga merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Disisi lain masyarakat mempertanyakan apakah perusahaan yang berorientasi pada usaha memaksimalkan keuntungan-keuntungan ekonomis memiliki komitmen moral untuk mendistribusi keuntungan-keuntungannya membangun masyarakat lokal, karena seiring waktu masyarakat tak sekedar menuntut perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukan, melainkan juga menuntut untuk bertanggung jawab sosial (Rindawati dan Asyik, 2015). Perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosialnya sehingga mengurangi pendapatan dalam perusahaan. Tetapi seiring berjalannya waktu, perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial akan menghasilkan loyalitas konsumen yang lebih besar terutama dalam hal produk-produk yang bersifat ramah lingkungan.

Menurut Santioso dan Chandra (2012), profitabilitas yang tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang terperinci, salah satunya yaitu pengungkapan *CSR*. Sebab, mereka ingin meyakinkan investor terhadap perusahaan agar para investor berinvestasi di perusahaan tersebut. Profitabilitas menunjukkan efektifitas manajemen dalam menghasilkan laba. Laba perusahaan yang besar akan menuai banyak anggapan dari publik bahwa perusahaan hanya memperkaya para pemegang saham saja tanpa memperhatikan kesenjangan sosial yang ada di masyarakat. Dengan pengungkapan lebih banyak tentang aktivitas sosial maka akan menepis anggapan tersebut dan akan

meningkatkan *image* perusahaan di mata masyarakat dan para investor. Hasil penelitian Santioso dan Chandra (2012) yang menyatakan terdapat pengaruh positif antara profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sejalan dengan Ekowati dkk (2014) dan Rohman (2015), namun bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sriayu dan Mimba (2013) dan Trisnawati (2014).

Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya. Perusahaan yang memiliki kesempatan tumbuh yang tinggi diharapkan akan memberikan profitabilitas yang tinggi di masa depan, diharapkan laba lebih persisten, sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut (Sari, 2012). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ekowati dkk (2014) menunjukkan bahwa *growth* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012).

Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar dapat lebih bertahan daripada perusahaan dengan ukuran yang lebih kecil, karena semakin besar entitas, semakin besar pula sumber daya yang dimiliki entitas tersebut. Dengan semakin besarnya sumber daya yang dimiliki entitas, maka entitas tersebut akan lebih banyak berhubungan dengan *stakeholders*, sehingga diperlukan tingkat pengungkapan atas aktivitas entitas yang lebih besar, termasuk pengungkapan dalam tanggung jawab sosial. *Size* perusahaan menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, semakin dikenal masyarakat yang berarti semakin mudah untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan, karena perusahaan yang lebih besar

cenderung mendapat pengawasan dari masyarakat dibandingkan dengan perusahaan kecil sehingga akan mengungkapkan lebih banyak informasi (Herawati, 2015). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Herawati (2015) menunjukkan bahwa *size* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sriayu dan Mimba (2013). Hasil yang berbeda terdapat dalam penelitian Rindawati dan Asyik (2015) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghadapi tantangan dunia bisnis, semakin lama perusahaan tersebut beroperasi otomatis perusahaan tersebut dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat dan mendapatkan penerimaan masyarakat. Perusahaan yang besar akan selalu mencoba untuk meningkatkan sesuatu yang terbaik dari perusahaan tersebut yang berguna untuk komunitas sosialnya. Penelitian yang dilakukan oleh Santioso dan Chandra (2012) menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan hasil yang berbeda diperoleh dalam penelitian yang dilakukan oleh Susilatri dkk (2011) dengan hasil penelitian bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Telah banyak penelitian terdahulu yang melakukan penelitian terkait dengan *Corporate Sosial Responsibility Disclosure* (CSRSD), namun hasil penelitian satu dengan yang lainnya memiliki keragaman hasil. Hal ini disebabkan oleh karakteristik yang dimiliki oleh perusahaan berbeda-beda satu sama lainnya.

Penelitian mengacu pada penelitian dilakukan oleh Ekowati dkk (2014) mengenai pengaruh profitabilitas, likuiditas, *growth*, dan media exposure terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yang merupakan studi empiris perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2012. Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh Ekowati dkk (2014) adalah dalam penelitian ini peneliti menggunakan empat variabel bebas yaitu profitabilitas, *growth*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan. Periode tahun yang digunakan dalam penelitian ini adalah tahun 2013-2015, serta pengukuran CSR dalam penelitian ini menggunakan indeks GRI 2013 yang terdiri dari 149 item pengungkapan CSR, sedangkan dalam penelitian Ekowati dkk (2014) CSR diukur dengan indeks GRI versi 3.1 yang terdiri dari 79 item pengungkapan CSR.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul: “PENGARUH PROFITABILITAS, *GROWTH*, UKURAN PERUSAHAAN, DAN UMUR PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BEI TAHUN 2013-2015)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR?
2. Apakah *Growth* berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR?

3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR?
4. Apakah Umur Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR.
2. Menganalisis pengaruh *Growth* terhadap Pengungkapan CSR.
3. Menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR.
4. Menganalisis pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis
 - a. Sebagai informasi dan tambahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang mengkaji tentang Corporate Social Responsibility.
 - b. Agar penulis pada khususnya dan lingkungan akademis pada umumnya dapat memperoleh pemahaman mengenai penerapan *Corporate Social Responsibility* dalam sebuah perusahaan.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang mempunyai kepentingan dalam kegiatan perusahaan untuk merencanakan kegiatan operasionalnya serta dapat dijadikan masukan untuk melakukan perbaikan-perbaikan agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun secara teratur dalam bab per bab yang masing-masing bab dibagi menjadi sub bab, dengan tujuan mempermudah pembahasan serta untuk mempermudah pembaca memahami garis besar penelitian ini. Isi dan bahasan ini disajikan dalam bentuk sistematika sebagai berikut:

BAB I merupakan PENDAHULUAN. Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah yang berisi tentang masalah-masalah atau *issue* yang melandasi penelitian. Selanjutnya akan dibahas mengenai perumusan masalah yaitu masalah-masalah yang akan diteliti. Dalam bab ini dipaparkan tentang tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II merupakan TINJAUAN PUSTAKA. Dalam bab ini membahas mengenai teori *stakeholder*, teori legitimasi, teori agensi, dan penjabaran dari variabel-variabel independen yaitu profitabilitas, growth, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan, sedangkan untuk variabel dependennya adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu, di dalam bab ini juga berisi penelitian terdahulu, hubungan antar variabel yang digambarkan dalam kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III merupakan METODELOGI PENELITIAN. Dalam bab ini berisi tentang jenis dan sumber data, populasi, dan sampel penelitian, definisi operasional variabel dan pengukurannya serta metode analisis data yang terdiri dari uji kualitas data dan analisis data.

BAB IV merupakan ANALISIS DATA DAN PEMBAHASANNYA. Dalam bab ini peneliti mencoba menganalisis dan membahas berdasarkan profitabilitas, *growth*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan mempengaruhi variabel dependen yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, serta penjelasan mengenai hasil analisis data dan pembahasannya.

BAB V merupakan PENUTUP. Dalam bab ini berisi tentang simpulan dan hasil penelitian yang dibahas pada bab-bab sebelumnya, keterbatasan dan saran-saran sebagai bahan untuk penelitian selanjutnya.